# 白酒销售单日工作总结(实用37篇)

来源：网络 作者：紫竹清香 更新时间：2023-12-20

*白酒销售单日工作总结1我是营销部的\_\_，是\_\_年2月份进入公司的，20\_\_年的4月4号我从原来的酒店促销部调到了现在的营销部，在营销部工作的这段时间，我感受很多，收获很多，也在逐渐的成长着。第一个月我的部门经理，带着我去一一的面见了各个单位...*

**白酒销售单日工作总结1**

我是营销部的\_\_，是\_\_年2月份进入公司的，20\_\_年的4月4号我从原来的酒店促销部调到了现在的营销部，在营销部工作的这段时间，我感受很多，收获很多，也在逐渐的成长着。第一个月我的部门经理，带着我去一一的面见了各个单位的领导，看着我的同事们和领导轻松的谈话，并认真的介绍我们的酒水以及团购政策，我只是在一旁静静的听着，暗自学着他们的销售技巧，希望以后通过努力的学习可以做的比他们更好。

我们部门做的是营销，主要的工作是宣传和产品推广，在这个酒水销售的淡季，公司推出的喜宴政策给了我们一个很好的发展空间，对于我们以后的宣传工作给予了很大的帮助，两个月下来现在\_\_的大街小巷，几乎每个人都知道了我们的喜宴政策，很多的消费者都愿意选择我们的柔和作为招待用酒，接下来的日子里，我不但要维持好前期宣传的成果，也要进一步增加销量。争取让所有的客户及他是亲戚、朋友招待都使用我们的柔和。我们部门经理常说：“一定要先做好客情关系，客户认可你了，才会认可你所推销的产品。”可见客情关系是非常重要的，建立一定的客情关系，为工作的开展铺平道路，定期的电话拜访；定期的实地拜访；定期的销售回顾等....想做好营销一定要勤奋：

一、要勤学习，不断提高自己、丰富自己；

二、要勤拜访，增进客情关系；

三、要勤动脑，如何有效的为客户服务

四、要勤沟通，进一步了解客户的需求；

五、要勤总结，做好每日总结，总结有效客户并时时跟进。

20\_\_年对于我来说是成长的一年、奋斗的一年、学习的一年，感谢谆谆教诲我的领导，一直以来悉心的帮助、认可、信任、鼓励着我，才能使我更加乐忠我现在的工作。在营销部我还是一个新人，有很多的东西都有待学习，在以后的日子里，我会努力的学习，更好的做好自己的本职工作，在此预祝公司20\_\_年再创辉煌！

**白酒销售单日工作总结2**

18、对方支付后要求对方把支付凭证传真或复印件给我们，并由销售助理提交给财务。原则上不能由销售人员收取现金，一律汇到公司账户或财务指定账户上，如有特殊情况须由财务人员陪同一起收取现金货款。

19、财务确认到账后，立即通知销售助理，并按合同条款进行生产或发货通知。

20、坚持“预付款”原则，没有预付款的必须经总经理签字确认方可按合同进行生产或发货。

21、因对方没有按合同支付条款进行，需要发货时销售人员必须填写情况说明和回款承诺书。承诺书必须注明归还日期和责任，对不能及时归还销售人员承担还款责任。

**白酒销售单日工作总结3**

首先要感谢公司领导对我个人工作能力的信任，在工作上给予我最大的支持，让我在日后的整个工作过程中深感欣慰、倍受鼓舞，更让我充满更多的工作热情和工作动力。我将铭记这份知遇之情，并将融入我的工作历程之中，我更会努力奋斗以更好的业务成绩来回报领导的信任。

再次是感谢胡主管在工作上对我的教导，以及在生活上的照顾。在工作上遇到困难的时候，会主动与我进行良好恰当的沟通，纠正我的工作思路和工作想法，以使我的业务工作能更顺利的开展。当我们针对某些事情的处理想法上执不同看法时，他也很少以领导者身份自居将事情直接强制执行，而是通过讲道理并联系工作实际案例让我从中明白原由，从而使我放弃固执的想法，让我减少了许多的工作弯路和工作细节失误。

**白酒销售单日工作总结4**

1、在上半年的销售工作中，对内加大了对业务人员的监督考核力度，优胜劣汰，逐步培养起了业务人员沟通、协调能力，对外不断寻求厂商合作新模式，调整产品结构，巩固核心市场，拓展新市场，紧跟市场消费需求的脚步，围绕市场需求发展、在太白酒销售势态不明朗的情况下，积极开发适销对路、价格适中的新产品，迎合广大消费者的消费需求、

2、太白z酒的销售方面，工作方法灵活机动，一个市场一个策略，甚至一店一策，将成熟市场做精做细，在差异化、具体化上做足功夫、上半年的销售工作不拘一格，就个别市场进行了会议营销，取得了不错的销量，同时在配备新颖独特的箱外礼品基础上进行了大面积的铺市、压货，提高了市场占有率，稳定了市场。

3、六年、福酒、好日子的销售工作走精耕路线，重点做好核心市场，以咸阳地区为骨干龙头，兼顾其他二三级市场、具体操作中将经销商、业务人员、市场任务结合起来形成利益共同体，与客户真诚沟通、紧密联系、同呼吸共命运，打造一批畅销市场、基础市场、同时致力发展外围市场逐步恢复产品的区域布局，使销售区域达到平衡。

4、经过半年多的努力，御赐佳酿酒现已经成功上市，目前还处于招商阶段。

**白酒销售单日工作总结5**

12、审查合同关键点，与合同评审表的一致性、支付条款、发货计划、木托板押金、专利保护、违约责任。

13、与合同评审表差异征求各个部门的意见，同意进入下一个程序，不同意返回销售部

14、合同最终公司代表签字人为：吴恒勇或程卫国，其他任何人签字无效。

15、吴恒勇或程卫国签字后由销售助理填写盖章申请单，经章印管理人员确认无误后盖章。

16、一旦盖章后任何修改均无效，修改者承担法律责任。

17、合同必须一式四份，销售助理和财务主管各留存一份。双方交接时必须签字确认。

**白酒销售单日工作总结6**

一丶把握市场，找准渠道

20\_\_年的酒品种类很多，而且竞争很大，如果初期的市场没有展开得手，那想要再次去把市场做起来，是件非常难的事情。另一方面就是渠道，每一个做过酒类的人，都知道渠道的重要性，可以出大优惠政策多找几个有实力的分销商，只要有足够的渠道，把渠道维护好，就算再是新品也不愁没人卖。

二丶寻找分销商和市场

再者我的想法是，市场前期要不顾一切手段，做到有条不紊，把销售放在第一的，再好的产品没有分销商为你卖靠厂家永远也不会做起的。只要有策略，并且坚持做下去，就会有一定的收获，市场也会逐渐扩大。市场对任何产品都是一样的，强势产品面临市场下滑，新产品面临强势品牌阻力，谁把市场分析的更透彻更细，并且业务团队能坚持把政策执行下去，谁就会在市场上占据主动白酒的夏季政策一直以来就有两种说法：冲淡、消极：冲淡顾名思意指的是淡季通过激烈的持续的促销，达到拉动消费的目的。消极指的是对待淡季不做为或少做为的方法。

冲淡的利与弊：利的方面：产生一定的销量、降低了库存压力、促进了生产、带来了一定的经济效益。弊的方面：加大了通路费用、促销的效果不理想，事倍功半、可能导致现金流紧张、更重要的是为下一个旺季的销售带来压力，漫长的淡季已经使销售人员疲乏不已，再有因为销量的不理想带来的消极因素，纵使销售人员再有心做为又能如何?消极的利与弊：利的方面：投入小、风险小。

弊的方面：销售不理想、库存压力加大、生产几乎停顿、原有的市场有可能丧失，市场萎靡。正确的销售政策：巩固好已有的优秀代理商资源直接的终端客户很重要，但是一些重要的渠道也很重要!高端的白酒如果要真正的被消费者接受一些常规的高端渠道还是很有用的。现在很多的白酒厂商已经在这一方面做的很好了，有些走的较前的白酒厂商已经开始自建渠道了!在现在白酒销售不是很好的季节下，不断的扩大和拓宽原有的渠道，并不断的发掘新的客户群和市场是立于不败之地制胜法则。所以在这个季节我们必须要做到维护和巩固已开发客户，不断需求新的合作伙伴，为旺季销售奠定基础。现在市场上的酒品种类很多，而且竞争很大，如果初期的市场没有展开得手，那想要再次去把市场做起来，是件非常难的事情。

三丶具体方案与实施：

终端通路两手抓：在白酒销售淡季，我们主要以做市场为主，细啃硬耕，全力开赴可利用资源，为旺季做好铺垫工作。扩充终端市场，寻找新的发展方向。向宴会进攻带动消费。高端群体宴会消费如果及时切入，将会给我们带动和扩张一部分潜在的消费群体。拓展我们的市场和扩大产品在消费群体中的影响面，我们必须及时把握和切入主题。首先我想应从通路作为切入，因为现在这个季节，如果我们投入错误，肯定是对财力和人力的损失，在时间上也是一种浪费。目前首要是董事会需及时拍板决定，这次也可能是决定我们成败的关键时刻，资源利用及时，对以后销量和影响将会起到一定的、超乎想象的作用。

因为销量对于公司来说只是一个片面的东西。销量只能是在短期内可能会有一部分资金回笼，但是我们需要的是一个长久的市场。所以我们必须考虑如何做市场;如何能为产品创造一个健康的环境使之在市场上能够稳步发展。

1、市场定位：确定主攻目标群体和发展方向。

2、企业定位：企业应该具备完整的销售策略，在运行当中，我们目标不变，框架不变，变的只是一些结构。那样我们就不会在竞争激烈的市场当中处于被动的局面。

**白酒销售单日工作总结7**

对客户进行分类比较客户；对资料进行核实和筛选；在地图上标注出客户所在地；规划上门拜访路径。拜访客户：理清客户问题和需求，与关键人士建立良好关系。

2、编制解决问题提案：影响客户采购标准，阻截竞争对手；

3、报表编制:按时按照公司模板编制日报，周总结，周计划。每周填写本周总结及下周计划，当月月总结及下月计划直接发到相关管理人员的邮箱。

5、项目信息登记：项目信息登记必须详尽符合公司要求，以便公司及时帮助。公司坚持谁在先谁拥有原则。公司评定有效的原则

⑴建设方、设计方和施工方中至少两方有名称、地址、负责人姓名、职务、手机号码。

⑵项目名称、地址、使用产品名称、数量和项目进展程度。

⑶每月必须有项目跟踪服务记录。

6、商务洽谈：

⑴标的：买卖什么产品

⑵品质：内在质量和外观质量

⑶数量：买卖规模，计量单位和计量方法

⑷包装：是否使用包装；包装是否回收，回收方式和要求

⑸价格：单价及包含内容及计算方式

⑹支付：支付手段、支付时间、支付方式和支付币种

⑺交货：运输方式，交货地点（大型车辆能够到达）、装运时间、卸货责任分工

⑻检验：对品种、品质、数量和包装进行检验。卸货前检验、第三方检验、检验时间、地址和费用

7、监督服务：总公司将对各分公司销售员的拜访情况组织电话回访和指派专人上门抽访，发现有虚报、弄虚做假者，发现一次扣除二百元，累计三次直接辞退。

**白酒销售单日工作总结8**

1、每月要增加两个新客户，还要有三个潜在客户。

2、一周一小结，每月一大结，看看有哪些工作上的失误，及时改正下次不要再犯。

3、见客户之前要多了解客户的状态和需求，再做好准备工作才有可能不会丢失这个客户。

4、对客户不能有隐瞒和欺骗，这样不会有忠诚的客户。在有些问题上你和客户是一至的。

所谓夜场渠道就是指酒吧、迪厅、ktv、歌舞厅、夜总会等夜间经营时间较长的经营场所。夜场是酒类经营中很特殊的一个渠道，其销量指标对产品的深度分销有着很重要的标志意义，在夜场啤酒是当之无愧的销售状元，红酒洋酒紧随其后，白酒则基本可以忽略不记。

夜场是有着极其特殊性的渠道，其渠道有如下特点：

一、经营时间较晚，终端不易管控。

二、经营者多有特殊社会背景，产品加价率极高，一般都在200%以上。

三、供应商同样需为较有社会背景的人物，否则呆坏账风险较大。

四、进场费用惊人，最多可达到厂家产品年预计销售额的1/3，甚至更高。

五、消费以放松、娱乐为主，品牌认同率不高，受非理性因素影响较多。

六、产品占压资金较大，经销商回款周期较长，厂家一般要求现金拿货。

夜场消费人群有如下特点：

其中酒吧、迪厅、ktv的消费人群年龄段较低，可以从16岁—45岁。该部分人群以学生、年轻人、白领居多。这个群体重玩乐、追求时尚、喜欢热闹，往往以群体消费的形式出现。该部分

人群受价格因素及灵活的促销方式影响较大，合理的产品价格往往更具吸引力。

歌舞厅、夜总会的年龄段则较高，覆盖人群基本上从25—55岁。该部分人群以各类企事业单位人员为主，消费目的多以商务应酬为主，公款消费较多，对价格因素关心程度不高，消费决策往往以宴请对象的意见为主。

有了上述分析，让我们来看看如何进行产品销售：

首先，选择有特殊经营能力的经销商：我们知道很多夜场的经营者都有着很强的社会背景，如果经销商选择不当，不仅要支付高额的进店费用，经销商还可能要承担较大的呆坏胀风险。因此，一定要寻找有着较强（如公检法司、税务、工商）背景的经销商，才有可能将资金投入和销售制约降为最低。

其次，确定试销对路的品种：经过充分的调研，我们将得到店内销售的综合情况，这其中包括品种、价格、销售前三名所占比例、供销商、进店支持、店内陈列、促销状况等。根据调研得出的结论以及我们的销售预期，确定我们假想的竞争目标，进而确定我们的主打产品。由于夜场产品具有加价率高的特点，因此，原有的通路产品往往不适合夜场渠道销售。所以，厂家要考虑推出一款适合夜场专销的产品，以保障价格的不透明性，从而确保经销商和夜场终端的利益。另外，由于消费者在上述场所对产品品质要求不高，所以个别厂家以牺牲品质的方法来达到降低成本，确保经销商利益的目的。

再次，合理的价格体系：对于经销商而言，做夜场通路，看重的就是厂家给的较高利润空间，因此有没有足以吸引经销商的利润空间，将是产品招商成功与否的一个重大要素。

最后，不间断的促销：

针对酒吧、迪厅、ktv的消费人群，价格因素将起到较大的作用，比如“买几送几”，“午夜半价”等等。另外，针对年轻人群定制的特色促销品对消费者也有一定的吸引力。

针对歌舞厅、夜总会的消费人群，人员促销将起到决定性作用，因此，如何调动促销员、服务员、领班、大堂经理的销售积极性，将是最为有效的方法。至于如何操作，古怪的方法颇多，这里就不一一赘述。

除了上述我们探讨的观点，这里还提供一些简单的，减少进店费用的方法：

1、找一个有工检法司、或工商、税务背景的经销商，可少交进店费，也不担心呆坏账。

2、找一个成熟的大品牌代理经销商，不同阶段按80:20，60:40，不等的比列共同承担，可少交进店费。

3、找一个强势的品牌捆绑进店，比如进多少产品搭多少店里的畅销产品，在北京可以选择长城干红，燕京啤酒，汇圆果汁，新南洋乳品什么的，可以少交进店费。

4、以产品当进店费，这有点难度，但可以变化方式，比如周六日在该店搞“一元特价“或者满xxx元店内消费，即可免费赠送一瓶产品什么的。以对店内销售的支持作为进店费，但同时要考虑给店内适当的补偿。

5、领导关系营销：如果是地级市，可以学小糊涂仙，地市两套班子，免费赠酒，领导带动消费。

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的\_\_年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨

\_\_年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然\_\_年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度，在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨。

负责区域的销售业绩回顾与分析

业绩回顾

1、年度总现金回款x万，超额完成公司规定的任务;

2、成功开发了x个新客户;

3、奠定了公司在鲁西南，以\_\_为中心的重点区域市场的运作的基础工作。

业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但相差甚远，主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于\_\_，但由于\_\_市场的特殊性和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了\_\_市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)。

“xxx”期间，我区酒类流通管理工作按照商务部《酒类流通管理办法》（商务部令xx年第25号）的要求，认真履行职责，广泛宣传，以规范备案登记办理、全面推行酒类溯源制度为中心，以规范酒类市场秩序为重点，以广大人民群众喝上“放心酒”为目的，切实加强对酒类流通行业的监督管理，确保酒类市场的繁荣稳定。现将我区“xxx”工作总结如下：

一、基本情况

xx年办理酒类流通企业备案211家。其中：批发兼零售企业13家、零售企业164家、餐饮服务企业34家。

二、主要工作

1、领导重视，成立组织

自宿州市人民政府《关于公布第五批行政审批事项清理结果的通知》（宿政发〔xx〕21号）下达后，区商务局领导高度重视，专门成立酒类流通管理工作领导小组负责全区酒类流通管理工作。

2、制定方案，明确任务

根据《酒类流通管理办法》的要求，制定了《埇桥区酒类流通工作工作方案》，提高酒类流通市场整顿工作的主动性、针对性以及实效性。围绕目标任务、运行机制、管理范围、运作和管理方式、保障措施、加强领导等方面，从全区的实情出发，提出了可操作性的工作意见。尤其对加强领导，分工配合，成员之间明确了具体工作职责，为形成合力促进酒类流通管理工作规范化，净化我区酒类流通市场，营造了氛围，奠定了基础。

3、深入基层，开展调研

根据我区实际情况，埇桥区商务局按“先城区、后乡镇，先抓批发、后抓零售”的工作方针，首先从市区批发企业着手，开展了对酒类生产、批发企业的基本情况摸底调查和备案登记工作。在最炎热的夏季，埇桥区商务局组织精干人员在城区范围内，挨家挨户调研我区酒类流通企业资料。

4、广泛宣传，营造氛围

为确保我区酒类流通管理工作的正常有序开展，加大《酒类流通管理办法》的宣传力度，进一步提高酒类批发企业、零售企业和广大消费者对《办法》深刻理解和认识，我区印发了酒类宣传单、宣传画册3000份。广泛宣传加强酒类流通管理工作的重要意义，让广大人民群众家喻户晓，营造共同遵守《办法》的规定氛围，为有效地开展埇桥区酒类管理工作奠定了良好的基础。

5、依法行政，办理登记

酒类经营备案登记办理是酒类监管工作的重心之一，为搞好登记办理工作，完善登记办理程序，埇桥区商务局对经营资质、申请资料、办理手续、办理时限进行明文规定，实施阳光操作；在办法登记工作中，我们有专人负责，建立台帐，做好《随附单》的发放、领取、登记、保管等各环节的工作。做到了没有酒类批发许可证的企业坚决不能发给随附单，防止将随附单发乱，失去其控制作用。

三、存在的问题及建议

酒类流通管理工作涉及的范围较广，点多、线长，由于今年工作刚起步，加之各方面的原因，存在的问题也比较突出，主要有：

一是实行酒类经营备案登记制和经营溯源制，是酒类流通管理的一项基础性工作和重点工作，但绝不是管理工作的全部，大量的工作是对酒类流通环节的日常监督管理，这是一项长期的工作。

二是建议对现有酒类管理人员进行全员培训，提高行政执法人员的思想素质，切实树立正确的管理理念和服务思想。

四、“十二五”年工作思路《酒类流通管理办法》是商务部成立后出台的第一部酒类监管的部门规章，实施酒类经营实行登记备案制和溯源制是政策性强、涉及面广的一项全新工作。这就要求我们必须把此项工作做细做实，积极、稳妥地推进酒类流通管理工作。具体做法：

一是进一步加大宣传力度，提高全民对加强酒类流通管理工作的重要性的认识，提高酒类经营者执行国家相关政策的自觉性，确保我市酒类流通市场的健康和安全。

?????二是进一步规范酒类经营行为，严格实行酒类备案登记和溯源制度，不断加强管理，对货源不清、渠道不明、手续不全的企业要及时整改，指导企业不断完善和规范经营管理。在酒类商品交易过程中保证质量安全，保证酒类商品交易信息的真实性，完整性和可追溯性，建立健全酒类商品安全信用档案，积极推进“放心酒”工程。

三是集中开展严厉打击制售假冒伪劣酒类违法行为的专项行动。“十二五”期间埇桥区将组织相关执法部门，对市区集中开展打击制售假冒伪劣酒类商品的行动。对酒的名称、原料、酒度、价格、出厂日期、生产企业、厂址等进行检查。严厉查处无生产许可证的白酒、散装酒的销售，防止假冒伪劣和有毒假酒流向市场。

四是积极开展“放心酒示范店”工程，建立酒类商品信用档案，对各个经销企业的资信状况、良好信用、不良信用和产品信用等信息进行记录，构建信用监督和失信警戒机制，建立优秀企业的光荣榜、失信企业的黑名单。

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的20\_\_年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨

20\_\_年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然\_\_年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的骚动，紧接着又是全国性的严打酒驾和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的一年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、激情和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨-----

负责区域的销售业绩回顾与分析

业绩回顾

1、年度总现金回款110万，超额完成公司规定的任务;

2、成功开发了四个新客户;

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作;

业绩分析

1、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

a、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性(地方保护)和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又放弃了。直至后来选择了金乡 天元副食 ，已近年底了!

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差(大都小是客户、实力小)。

**白酒销售单日工作总结9**

白酒销售员述职报告

各位领导、同事们：

大家好！

在这辞旧迎新、喜迎新春的美好时节里，我们迎来了皖蜀春20xx年销售年终总结大会，今年的冬天依旧寒冷，但是我们皖蜀春销售团队的\'热情也是无比高涨，请允许我代表公司领导，向各位奋战在第一线的同事们表示衷心感谢。

下面有我来介绍一下20xx年的销售情况：

销售部主要来源有中高低档白酒，今年主要目标；乡镇、酒店、宿外市场，针对酒店主要有：

1、建立完善的销售档案

2、定期进行售后跟踪，抢占低档白酒市场，争取获得更大的利润。

3、这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

给公司提供的建议：

1、坚持不收不合格的包装，来影响我们的形象。

2、车间部门要验收每一道质量关，不要让不合格的产品走出公司，要让客户对我们的产品越来越有信心。

3、要利用各种手段、媒体，把酒的价格发布下去，从领导到每一位同事贯彻执行，保持不串货、不低价。

4、公司的各部门应该互相协作，按时按量完成领导交给我们的各项任务，努力突破新的台阶。

今后我一定不会辜负各位领导和各位同事对我的支持，一定会做到以下两点：

1、放下包袱，抛开手脚大干，力争当一名合格业务员

2、努力学习，提高素质，提高工作能力，和业务水平，共同把皖蜀春打造权威性的白酒企业而努力。

以上是我的述职报告，我会努力完成公司给我的任务，请各位领导和在座的每位同事进行监督！

**白酒销售单日工作总结10**

1. 东西南北中，最忆酒不同。

2. 好酒出九州，酒酒各不同。

3. 典藏好酒，不同凡响。

4. 酒不醉人人自醉，人各所爱爱不同。

5. 尊贵气派，豪迈情怀。

6. 不同的是酒香，相同的是品味。

7. 行业典范，正品保证。

8. 何处寻好酒，只有酒不同。

9. 品尝不同酒，感受人生品味。

10. 酒不同，喝出不同生活。

11. 口口醇香酒不同，杯杯佳酿品自高。

12. 典藏老酒相拥，正品尽情享用。

13. 品味各不同，其乐也无穷。

14. 日月去匆匆，情意酒浓浓。

15. 一壶浊酒喜相逢，千古佳酿酒不同。

16. 无酒不成宴席，举杯共同畅饮。

17. 典藏白酒，卓而不凡。

18. 酒品人生，不同享受。

19. 人生喜相逢，往往酒不同。

20. 相同的好酒，相知的好友。

**白酒销售单日工作总结11**

1、xx月份天气比较炎热，低档酒的零售会受到一定的影响，我们的工作重心应放在核心分销客户上，一定要做好城区、乡镇的卖酒大户的客情工作，同时要广泛联系落实学宴用酒，在一定程度上销量的提升取决于宴会用酒的多少，在这一点上一定要做好。

2、渭南、宝鸡地区要在xx月份加强太白z酒的招商工作，招商成功后，公司给予重奖，提成按直提计算。

3、目前是新品入市的最佳时期，也是御赐佳酿招商的最佳时机，因此，xx月份要全面进行御赐佳酿的招商工作，对于招商成功的市场业务员、区域经理进行重奖、奖励标准：首单提货500件的市场，业务员（区域经理）奖励500元，首单提货1000件的市场，业务员（区域经理）奖励1000元、另外，提成按直提计算，不计销量，业务员每件提元，区域经理每件1元。

最后预祝大家在下半年的销售工作中再接再厉，取得更好的成绩。

随着市场份额的扩大和客户类别的增加，我们的销售及管理工作的质和量必须尽快提高，东莞的市场是有限的，相对过去今年的市场竞争有力度，我们要剖析市场细分市场，结合公司的优势找准方法，从细节抓起全力以赴，以销售工作带动本区的品牌运作。根据四月份的销售工作，市场反应的问题

**白酒销售单日工作总结12**

1、市场开发：

(1)展示与我公司合作的优势。

(2)阐述公司的经营理念。

(3)解读公司的发展战略。

2、维护客户：

(1)对于老客户和固定客户，要经常保持联系，在有时间有条件的情况下，送一些小礼物或宴请客户，好稳定与客户关系。

(2)在拥有老客户的同时还要不断从各种渠道获得客户信息和市场行业信息。

3、加强学习，提高自己的管理水平端正自己的被管理意识。

要有好业绩就得加强业务学习，开拓视野，丰富知识，采取多样化形式，把做业务与交流技能相结合。

4、红酒略。

**白酒销售单日工作总结13**

进入酒业公司以来，从培训到市场上岗，做好每一项具体的工作，严格按照公司的有关指示和文件精神做好自己的本职工作，对工作认真负责。下面是本人对近期的工作做一下总结：

一、竞品的信息收集和分析

目前市场上有四特酒、酒中\_\_、\_\_干等白酒。其中\_\_在整个市场销售量排名第一，其次是酒中\_\_。

竞品现在极力在推荐谢师宴的套餐以及散客消费的活动。

1、谢师宴套餐：白酒按商场零售价格另加送红酒、\_\_各一瓶。

2、散客消费：喝指定的白酒赠送相应的礼品。

\_\_酒的酒席套餐给与酒店少部分的利润，而\_\_暂时却没有这样的方案。

二、市场销售情况

目前我们的产品刚进入市场，相对于竞品，我们的产品是出于消极状态。但消费者对我们古井贡酒的认知度和信任度还是蛮高的。有一部分消费者会尝试我们的古井贡酒，也有某些单位领导是我们古井贡酒的忠实消费者。

三、问题与建议

我们\_\_酒虽然是老八大名酒，但\_\_市场上还是算新品。一个新的品牌进入市场，想让消费者接受，这需要一个过程。在这过程中，不仅是需要产品的质量，口感；而更是需要更多的促销力度，宣传广告和不断改变的营销模式和销售技巧。

四、今后的工作思路和目标

继续自我增值、不断扩充知识面，尤其是产品知识。努力开拓新的网点，维护好已存在的客户。根据市场的行情，思考相应的促销方案。极力做好公司领导交办的每一件事。把这份工作当成自己的事业来做，努力，在努力。

流汗怕什么，太阳晒又有什么关系呢？关键是在不久的将来我相信付出总会有回报的，我也相信我会做的很好，我更相信\_\_贡酒终有一天会在这个市场做老大的。

**白酒销售单日工作总结14**

作为一个销售人员，工作业绩是最重要的。另外销售队伍的团结合作、互相帮助、共同进退、群策群力的合作精神也很重要。

我作为一个销售人员，不仅是要销售产品，而更是要维护和开拓潜在客户。对、团队和产品充满信心和忠诚，并且将此信心和忠诚感染和灌输给每一位同事，强化自身的工作纪律和风气，时刻将公司的利益放在首位，努力建立优质品牌的良好口碑，全力配合公司的政策方针与制度。

一、竞品的信息收集和分析

目前上有四特酒、酒中XX、XX大曲、XX云边、X凤、XXX干等白酒。其中四特酒在整个市场销售量排名第一，其次是酒中XX。竞品现在极力在推荐谢师宴的套餐以及散客消费的活动。

1、谢师宴套餐：白酒按商场零售价格另加送红酒、雪碧、鲜橙多各一瓶。

2、散客消费：喝指定的白酒赠送相应的礼品。XX酒的酒席套餐给与酒店少部分的利润，而酒中酒霸暂时却没有这样的方案。

二、市场销售情况

目前我们的产品刚进入市场，相对于竞品，我们的产品是出于消极状态。但消费者对我们古井贡酒的认知度和信任度还是蛮高的。有一部分消费者会尝试我们的古井贡酒，也有某些单位领导是我们古井贡酒的忠实消费者。

三、问题与建议

我们古井贡酒虽然是老八大名酒，但江西市场上还是算新品。一个新的品牌进入市场，想让消费者接受，这需要一个过程。在这过程中，不仅是需要产品的质量，口感；而更是需要更多的促销力度，宣传广告和不断改变的模式和销售技巧。

四、今后的工作思路和目标

继续自我增值、不断扩充知识面，尤其是产品知识。努力开拓新的网点，维护好已存在的`客户。根据市场的行情，思考相应的促销方案。极力做好公司领导交办的每一件事。把这份工作当成自己的事业来做，努力，在努力。流汗怕什么，太阳晒又有什么关系呢？关键是在不久的将来我相信付出总会有回报的，我也相信我会做的很好，我更相信古井贡酒终有一天会在这个市场做老大的。

**白酒销售单日工作总结15**

通过这个学期的学习，我知道了许多有关金融企业会计的知识。这本书让我们进一步了解了金融机构及核算的方法等，这也对我们以后从事会计工作有很大的帮助。html经过这门课程的理论学习方面，我知道了金融企业会计与其他企业相比：它的核算内容具有广泛的社会性，核算方法具有独特性和多样性，具有严密的内部监督机制和制度，核算过程和业务处理过程一致性。中国作为发展中经济体，金融业发展的历史还比较短，金融人才还比较缺乏。所以现在国家高度重视金融人才的培养和队伍建设。金融是国家经济繁荣的重要指标，而金融企业会计又在金融这个领域起到了不可缺失的重要地位。金融企业的资金主要是来自吸收存款，而金融企业会计就是要对这种资金运动进行核算和监督。学好金融企业会计，就能更好的了解国家的经济发展程度，并促进其发展。

实训课上，为学习点钞，老师在电脑上播放的视频，里面的银行点钞员那高超的点钞技能，让我惊诧不已，原来钞票还可以这样的四指拨动，只见她们那熟练地用左手手指固定好点钞券，右手四指如飞，一次四张，让人目瞪口呆。在未学习之前每到银行来办业务看到人家快速又准确的点钞我总羡慕不以。我觉定学好点钞这门基本功，因为在实际操作中为客户办理业务，点钞的快慢直接影响到客户对你个人甚至整个单位的看法。

虽然我们学的方法并不多，但我比较喜欢其中单指单张，也就是我们考试的方法。直到现在我仍然记得单指单张的步骤，用一个手指一次点一张的方法叫单指单张点钞法。这种方法是点钞中最基本也是最常用的一种方法，使用范围较广，频率较高，适用于收款、付款和整点各种新旧大小钞票。这种点钞方法由于持票面小，能看到票面的四分之三，容易发现\_票及残破票，缺点是点一张记一个数，比较费力。具体操作方法：左手横执钞票，下面朝向身体，左手拇指在钞票正面左端约四分之一处，食指与中指在钞票背面与拇指同时捏住钞票，无名指与小指自然弯曲并伸向票前左下方，与中指夹紧钞票，食指伸直，拇指向上移动，按住钞票侧面，将钞票压成瓦形，左手将钞票从桌面上擦过，拇指顺势将钞票向上翻成微开的扇形，同时，右手拇指、食指作点钞准备。

左手持钞并形成瓦形后，右手食指托住钞票背面右上角，用拇指尖逐张向下捻动钞票右上角，捻动幅度要小，不要抬得过高。要轻捻，食指在钞票背面的右端配合拇指捻动，左手拇指按捏钞票不要过紧，要配合右手起自然助推的作用。右手的无名指将捻起的钞票向怀里弹，要注意轻点快弹。与清点同时进行。在点数速度快的情况下，往往由于记数迟缓而影响点钞的效率，因此记数应该采用分组记数法。把10作1记，即1、2、3、4、5、6、7、8、9、1（即10），1、2、3、4、5、6、7、8、9、2（即20），以此类推，数到1、2、3、4、5、6、7、8、9、10（即100）。采用这种记数法记数既简单又快捷，省力又好记。但记数时机默记，不要念出声，做到脑、眼、手密切配合，既准又快。还记得人工点钞的基本步骤：拆把、点数、扎把、盖章。

我虽然只学到其中极少部分的点钞方法，相比没学过点钞之前的我，手中拿上一叠钞票，只能像发牌一样的去点钞，而当时每拿到一叠钞票时，我的心就开始羡慕那些银行的点钞人员，现在学过点钞之后我就在没有之前的困惑。点钞课虽然集中在星期四的下午，但我们平常都会利用课余的时间，或者晚上睡觉之前进行点钞，在我们看来点钞就相当于游戏一样，完全没有当成是一门课程去学习，只要练习的时间稍多一点，手法正确，时间就一定能快起来。点钞看似简单，实则是一项很有科学规律的业务技能，它要有节奏感，还要把握好准与快的关系，要眼、手、心和谐统一，每个环节都要认真研究、细心揣摩！

而对于银行会计凭证的接触，老师首先引导我们观看了各类银行票据的形式、细节，而后又细致地讲解了各类银行票据的填制要求，尤其是一些我们容易遗忘的内容，因为在实践书上有错误的票据所以进行了改错，有自己来亲身体会实际会出错的地方。然后是进行银行各类凭证的填写，诚然，在填写中遇到了相当大的困难，速度非常的慢，但是还是努力的做下去了，最后老师对我们做的凭证进行集中地讲解，大面积的错误重点进行讲解。避免发生不会的状况。

通过这门实训课，我仅仅还只是学到了会计这个岗位中的一小部份，真正要学的还有很多很多，经过这次实训，要我更加深刻的明白，知识是在平时积累的，只有每天不断的充实自己才能在遇到问题的时候得到解决，就像这次的实训，就是因为平时没积累知识，导致在这一系列的练习中不顺利，不过没关系，在剩下不多的在校期间，我会更加努力的学好知识。学校开这门实训可是为了让我们对平时学习的理论知识与实际操作相结合，在理论和实训教学基础上进一步巩固已学基本理论及应用知识并加以综合提高，学会将知识应用于实际的方法，提高分析和解决问题的能力。在实际操作过程中找出自身存在的不足，对今后的会计学习有了一个更为明确的方向和目标。希望在接下来的日子里，学校能给我们这些的多的实训课，以便我们能不断地查漏补缺，这样更能帮助我们财会专业的学生学好会计这门课，为以后走向社会奠定良好的基础。通过实训，让我们对会计的认识进一步加强。

学如逆水行舟不进则退，在这个充满挑战、充满竞争的学习型社会里就是优胜劣汰。我将自己的点钞心得做了相应的总结，我希望有更多的人能将热情投入到学习业务技能上来。我知道，我的未来不是梦，我也清楚，我们的脚下并没有坦途，前方的道路上遍布着金融风险的荆棘。我们没有退缩，我们创建着学习型组织，坚持与时俱进，奋勇向前，百折不回；我也不会低头，争当专家型职工披荆斩棘，勤奋争先。或许平凡的岗位无法使我们名垂青史，流芳百世，但我们同样在成功中收获喜悦，在付出中厚积薄发。

**白酒销售单日工作总结16**

小刘强调，终端销售人员在聆听顾客的陈述时一定要集中注意力，切忌东张西望，心不在焉;更不要随意打断顾客的谈话，尽量避免否定的价值判断。千万不要讲“我不这样认为。或您这话可不对!”等语言。在提问和聆听回答之后，销售人员要马上做出分析，抓住其中的销售机会。因为有时候，顾客并没有直接说出他的需要，而是被一些否定的说法和判断掩盖了他的需要。如有的顾客说：“我不需要这款白酒，因为我……所以我……”乍听之下，顾客似乎并没有什么需要。但仔细分析，其实顾客真正的需要是相对这种白酒之外的其它白酒。所以要想成为一名成功的终端销售人员，不仅要抓住每一个销售机会，还要善于创造销售机会。很多时候，顾客往往没有意识到自己的其他需要，这时候销售人员就应该提醒顾客，并帮助其一起认识到他的需要。

对此小刘的总结是：“成功的销售是创造机会，失败的销售是等待机会。创造销售机会的关键在于怎么去说、，去概括、，去阐述。重要的不是你要表达什么，而是怎样去表达，掌握了这些，摆在销售人员面前的将是一次次成功的机会，何愁酒卖不掉呢?”。

向顾客科学推荐

做一名成功的终端销售人员，尽管每一个步骤都很重要，但最关键是必须懂得如何向顾客推荐白酒。

小刘的销售推荐秘诀是：如能将顾客的需求和白酒价值巧妙地联系起来，自然销售也就达成了。可不同的白酒有着不同的价值，不同的顾客也有着不同的需求，不同的顾客对同一款白酒的价值需求也是不同的。所以作为销售人员一定明白白酒的价值到底在哪里?如各种白酒的酿造特色是什么，适合什么场合消费，可以为饮用者带来什么样的享受等等，这些都是销售人员向顾客推荐产品时必须掌握的，只有针对不同的顾客，因势利导，找出白酒的不同价值，才能满足顾客不同的需要。

小刘特别强调，向顾客推荐白酒产品需要坚持四个步骤：第一是了解客户需求，站在顾客的立场考虑和确认白酒价值与顾客需求一致;第二介绍白酒产品价值所在，说明产品将如何有益于顾客，将给顾客带来何种好处，因为成功的销售人员销售的永远是白酒产品的价值;第三是根据顾客具体需要说明白酒产品的特点和价值;第四是为进一步增加可信度和销售力，让顾客亲身品评白酒，促进销售。再者，让顾客体验还可以进一步证实和加强销售人员对白酒产品的说明，驱走顾客的疑虑，让顾客真正地的做到先品鉴后购买，也能使销售工作变得更简单，更有效。

而要想确认白酒与顾客需求一致，销售人员需要拥有丰富的知识。所以销售人员平时一定要多学习，多了解各种白酒的功能与特点，多研究饮酒与人体的健康常识。万不可内行说外行话，该说的必须说到位，不该说的不乱说。因为只有站在顾客立场上向其推荐产品，顾客才会信任你，销售才能顺畅。

学会连带销售

顾客的需求永远是“多重”的，在销售过程中，很多销售人员可能只做到满足了顾客的一种或两种需要，而没有意识到这其中还存在着其它的销售机会，。更没有想到是不是还可以满足顾客的其他需求?小刘说，目前自己采用的是“展示三件，卖出两件的原则”，即抓住时机有针对性的多介绍产品，弥补销售的空白点。

为此，小刘给记者讲述了这样一个故事。，一位顾客前来买酒，在整个柜台转了好几圈后，决定买几件清香型汾酒。小刘马上给顾客打包产品，在打包的过程中，小刘与顾客不断攀谈着，问顾客买这么多清香型白酒做什么?顾客回答说，儿子从远方给买来好多道地中药材，需要用清香型酒浸泡才可饮用。这时，小刘马上意识到自己店里的竹叶青酒不正时最好的道地药材酒吗?而且是唯一的一款获得过“中国名酒”称号的保健酒。于是小刘便向顾客做了推荐，没想到，顾客一看特别喜欢，当即也买了一些。后来这位顾客一直来找小刘买竹叶青酒，还带了不少朋友来买。

小刘结合自身经验强调，能实现连带销售固然很好，但要成功进行连带销售必须切记几个要点：一是提问和仔细聆听回答，在了解顾客需要和获取信息时，销售人员应听清顾客说的每一个字，发现他潜在的需要;二是在把话题转移到相关产品之前，先满足顾客提出的要求;三是确保介绍的产品与顾客的需要和兴趣有直接联系，否则说再多也是徒劳的;四是永远不要给顾客一种感觉――你只感兴趣做一笔大买卖，当销售人员在花时间介绍每一件产品来满足顾客的其他需要之前，请给顾客一个说法，要让顾客觉得你是从他的切身利益出发的。

这些都做到了，实现连带销售也就变得容易了。

欢送未成交顾客

销售是另一种意义上的长跑，需要坚持、坚持，再坚持。小刘说，每天进入我们门店的人很多，但并不是所有的人都会购买，但是对待购买白酒与未购买的顾客一定要一视同仁，不可因为顾客没有购买我们的酒而冷落之，而是要提供更周到的服务。那对于没有购买的顾客如何服务呢?首先可以先给顾客送上相应的服务卡或宣传手册，以便顾客产生购买欲望时联系。空手顾客离店时，销售人员要热情送别，对其光临指导表示感谢，做到有始有终，以培养潜在客户，为日后的销售打基础。但这一点是很多销售员做不到的。小刘对此特别强调，作为销售员千万不能因为顾客没有购买产品而懊恼。顾客就是上帝，销售人员忘记了这句话，先前所做的一切便没有了任何意义，而且还会产生诸多意想不到的负面效果，影响企业的形象。

最后小刘告诉记者，要想成为一名成功的销售人员，还要拓展思维深度，延伸思维广度，提升思想高度，增加思维速度，更要建立思考力体系和改善思维方式，因为这对每一次销售成败都非常关键。

从小刘身上我们可以看到，她的成功正是一种营销价值的真正回归，要想成为一名优秀的终端销售员可谓是技术、技巧、技能，一样都不能少。

**白酒销售单日工作总结17**

作为一个销售人员，工作业绩是最重要的。另外销售队伍的团结合作、互相帮助、共同进退、群策群力的合作精神也很重要。

我作为一个销售人员，不仅是要销售产品，而更是要维护和开拓潜在客户。对公司、团队和产品充满信心和忠诚，并且将此信心和忠诚感染和灌输给每一位同事，强化自身的工作纪律和风气，时刻将公司的利益放在首位，努力建立优质品牌的良好口碑，全力配合公司的政策方针与制度。

一、竞品的信息和分析

目前市场上有……等白酒。其中xx酒在整个市场销售量第一，其次是xxx。

竞品现在极力在推荐谢师宴的套餐以及散客消费的活动。

1、谢师宴套餐：白酒按商场零售价格另加送红酒、雪碧、鲜橙多各一瓶。

2、散客消费：喝指定的白酒赠送相应的礼品。

xx酒的酒席套餐给与酒店少部分的利润，而xxx暂时却没有这样的方案。

二、市场销售情况

目前我们的产品刚进入市场，相对于竞品，我们的产品是出于消极状态。但消费者对我们xx酒的认知度和信任度还是蛮高的。有一部分消费者会尝试我们的xx酒，也有某些单位领导是我们xx酒的忠实消费者。

三、问题与建议

我们xx酒虽然是老八大名酒，但xx市场上还是算新品。一个新的品牌进入市场，想让消费者接受，这需要一个过程。在这过程中，不仅是需要产品的质量，口感；而更是需要更多的促销力度，宣传广告和不断改变的营销模式和。

四、今后的工作思路和目标

继续自我增值、不断扩充知识面，尤其是产品知识。努力开拓新的网点，维护好已存在的客户。根据市场的行情，思考相应的促销方案。极力做好公司领导交办的每一件事。把这份工作当成自己的事业来做，努力，在努力……流汗怕什么，太阳晒又有什么关系呢？关键是在不久的将来我相信付出总会有回报的，我也相信我会做的很好，我更相信xx酒终有一天会在这个市场做老大的。

**白酒销售单日工作总结18**

1、销售指标的完成情况，上半年在公司各级领导的亲切关怀和正确领导下，及经销商的共同努力下，市场完成销售额157万元，完成年计划300万元的52%，比去年同期增长126%，回款率为100%;低档酒占总销售额的41%，比去年同期降低5个百分点;中档酒占总销售额的28%，比去年同期增加2个百分点;高档酒占总销售额的31%，比去年同期增加3个百分点。

2、市场管理、市场维护，根据公司规定的销售区域和市场批发价，对经销商的发货区域和发货价格进行管控和监督，督促其执行统一批发价，杜绝了低价倾销和倒窜货行为的发生。

通过对各个销售终端长时间的交流和引导，并结合公司的“柜中柜”营销策略，在各终端摆放了统一的价格标签，使产品的销售价格符合公司指导价。按照公司对商超、酒店及零店产品陈列的要求进行产品陈列，并动员和协助店方使产品保持干净整洁。在店面和柜台干净整齐、陈列产品多的终端粘贴了专柜标签，使其达到利用终端货架资源进行品牌宣传的目的。

3、市场开发情况，上半年开发商超1家，酒店2家，终端13家。新开发的1家商超是成县规模最大的购物广场，所上产品为52°系列的全部产品;2家酒店是分别是大酒店和大酒店，其中大酒店所上产品为52°的四星、五星、十八年，大酒店所上产品为42°系列的二到五星及原浆。新开发零售终端城区4家，乡镇9家，所上产品主要集中在中低档产品区，并大部分是42°系列产品。

4、品牌宣传、推广，为了提高消费者对“酒”的认知度，树立品牌形象，进一步建立消费者的品牌忠诚度，根据公司规定的统一宣传标示，在人流量大、收视率高的地段及生意比较好的门市部，联系并协助广告公司制作各式广告宣传牌35个，其中烟酒门市部及餐馆门头29个，其它形式的广告牌6个。

5、销售数据管理，根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对20xx年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

**白酒销售单日工作总结19**

今年的销售任务比去年的任务更重一些，但是完成的都不错。我相信通过今年的努力，我们酒店也是能够在下xx年有一个质的飞跃，同时也是可以把下半年的任务完成的更加的好。下面我就上半年的销售工作做下总结：

一、销售任务完成情况

今年上半年我们酒店共开了x个新的客源，其中，x个老客户与x个经销商签定了合作协议，其中x个是比较重要的客源，我们酒店的x名员工都是刚刚入住的新人，在下半年的销售工作中，我们酒店也是和往年相比有一些起色，但是其他的客源也是比较少的，下半年，我们酒店也是积极的招揽新客源，虽然有些客源并不是特别的理想，但是我们酒店也是在这样好的环境下，在下半年里，我们的销售有了一定的成绩，并且也是没有出现任何的意外情况，特别是在下半年，我们的销售也是比较的顺利。

二、销售的完成情况

上半年的销售工作，我们酒店也是取得了一些可喜的成绩，不管是我们的销售还是我们的销售额都是比去年的任务都是比去年同期的，而且我们酒店也是有一些新的成绩，但是我们的销售也是得到了很多的肯定，我们酒店也是没有被淘汰掉，下半年，我们酒店也是有了一些新的突破也是要继续的去学习下去，来提升我们酒店的销售能力。我们酒店也是有一些特色的客源，虽然不是特别的多，但是我们也是要继续的学习，不断的提升，让自己的销售能力有一个新的飞跃。

三、下半年的计划

上半年我们酒店销售的数量是不错的，但是也是要继续的去提升，我相信只要我们酒店的工作也是有一个新的突破，我们酒店也是可以在下半年有更大的一个突破。我也是要继续的去做好销售工作的，特别是我们酒店在下半年，也是要去完成任务，来让我们酒店也是可以做的更好。我们酒店的下半年也是要继续的来努力，让我们酒店的业绩更上一层楼。

**白酒销售单日工作总结20**

20xx年，我加入了恒企这个大家庭里，从一个会计盲到现在的初级职称路，在这里我由衷的感谢恒企的各位名师以及恒企的所有工作人员，是他们陪伴我一路走来，感激之情无以言表，我想有这么好的名师团队我的会计路会一路顺畅而行。

俗话说：学习是件苦差事。是的，对于已经不再是上学年纪的我们来说，工作的忙碌，让我们肩上的担子更重；逐渐减弱的记忆力和繁多的事务更成为了我们学习的拦路虎，但我认为学习没有什么捷径，必须静下心来，坚持再坚持，人比山高、腿比路长。只要我们肯走，只要我们肯攀登，我们一定会胜利。

说实在话，我不是一个勤快的人，平时也不太喜欢看教科书，经常看着看着就容易睡着。加入恒企后，看着同班的优秀学员每天都花很多时间和精力在学习上，这也触动了我，必须向他们学习。因为白天要上班，所以大部分学习都放在了下班后。我个人的学习方法喜欢先把书本知识先过一遍，弄懂后再做习题和单元测试，对做错和不明白的知识点，再回到书本上来反复琢磨直到弄懂。坚信一分耕耘，一分收获，用80分的准备，收获60分的果实还是能够保证的。唯累过，方得闲，唯苦过，方知甜。所以大家要有信心，初级其实也并不是那么难。在这里我就学习谈谈自己的一些经验和粗浅的看法:

1、我觉得学习是个循序渐进的过程，一遍是不可能达到融会贯通的目的的，所以要想学好、考好，要勤奋、一遍不行、两遍，两遍不行三遍……每学一遍，你会发现，都会有不同的收获。即使是已经很理解的知识点，当你站在全局的高度，或是另一个知识点的角度去看它时，你会对它又有一个更深层次的认识。

2、加强基础的学习，基础的知识点是初级的基石，要抓好基础知识的学习，把基础打牢。虽然已经坐在初级的教室中，但我相信大部分的同学跟我一样会计基础的知识也差不多全还给老师了，所以我们要重拾基础，不要急于强化。

3、最后，才是做题，大量的做题，初级考试更看重基础和全面。所以不能只针对一个知识点，要从综合题目中把各个知识点融会贯通，熟练运用。

最后，初级实务已经结课了，距离初级职称考试还有将近三个月，但坚持到现在，我们已经胜利了一半。我觉得既然已经选择了远方，便要只顾风雨兼程，直达胜利的终点。机会把握在我们自己手中，我们要坚定信念，为了心中的梦想勇往直前。

**白酒销售单日工作总结21**

其一是抽时间通过各种渠道去学习营销方面(尤其是白酒营销方面)的知识，学习一些成功营销案例和前沿的营销方法，使自己的营销工作有一定的知识支撑。其二是经常向公司领导、各区域业务以及市场上其他各行业营销人员请教、交流和学习，使自己从业务水平、市场运作和把握到人际交往等各个方面都有一个大幅度的提升。

2、进一步拓展销售渠道

\*\*市场的销售渠道比较单一，大部分产品都是通过流通渠道进行销售的。下半年在做好流通渠道的前提下，要进一步向商超渠道、餐饮渠道、酒店渠道及团购渠道拓展。在团购渠道的拓展上，下半年主要对系统人数和接待任务比较多的工商、教育和林业三个系统多做工作，并慢慢向其他企事业单位渗透。

3、做好市场调研工作

对市场个进一步的调研和摸索，详细记录各种数据，完善各种档案数据，让一些分析和对策有更强的数据作为支撑，使其更具科学性，来弥补经验和感官认识的不足。了解和掌握公司产品和其他白酒品牌产品的销售情况以及整个白酒市场的走向，以便应对各种市场情况，并及时调整营销策略。

4、与经销商密切配合，做好销售工作

协助经销商在稳住现有网络和消费者群体的同时，充分拓展销售网络和挖掘潜在的消费者群体。凡是遇到经销商发火的时候一定要皮厚，听他抱怨，先不能解释原因，他在气头上，就是想发火，那就让他发，此时再委屈也要忍受。等他心平气和的时候再给他解释原因，让他明白，刚才的火不应该发，让他心里感到内疚。遇到经销商不能理解的事情，一定要认真的解释，不能破罐子破摔，由去发展，学会用多种方法控制事态的发展。

白酒销售员述职报告范文篇3

各位领导、同事们，大家好：

在这辞旧迎新、喜迎新春的美好时节里，我们迎来了皖蜀春20xx年销售年终总结大会，今年的冬天依旧寒冷，但是我们皖蜀春销售团队的热情也是无比高涨，请允许我代表公司领导，向各位奋战在第一线的同事们表示衷心感谢。

下面有我来介绍一下20xx年的销售情况

销售部主要来源有中高低档白酒，今年主要目标;乡镇、酒店、宿外市场，针对酒店主要有

1、建立完善的销售档

2、定期进行售后跟踪，抢占低档白酒市场，争取获得更大的利润

3、这里也需要我们做大量的工作，送货一定及时、售后服务一定要好，让客户信任我们、让客户真真切切的享受到上帝般的待遇。

20xx年销售计划 20xx年销售实际完成 20xx年销售目标完成

20xx年同20xx年销售增长 按客户组成的销售情况

老客户占销售 万元

销售目标合同的 回款情况

给公司提供的建议

1、坚持不收不合格的包装，来影响我们的形象

2、车间部门要验收每一道质量关，不要让不合格的产品走出公司，要让客户对我们的产品越来越有信心

3、要利用各种手段、媒体，把酒的价格发布下去，从领导到每一位同事贯彻执行，保持不串货、不低价

公司的各部门应该互相协作，按时按量完成领导交给我们的各项任务，努力突破新的台阶

今后我一定不会辜负各位领导和各位同事对我的支持，一定会做到以下两点：

1、放下包袱，抛开手脚大干，力争当一名合格业务员

2、努力学习，提高素质，提高工作能力，和业务水平，共同把皖蜀春打造权威性的白酒企业而努力。

以上是我的述职报告，我会努力完成公司给我的任务，请各位领导和在座的每位同事进行监督!

**白酒销售单日工作总结22**

白酒销售员的工作总结

作为一个销售人员，工作业绩是最重要的。另外销售队伍的团结合作、互相帮助、共同进退、群策群力的合作精神也很重要。

我作为一个销售人员，不仅是要销售产品，而更是要维护和开拓潜在客户。对公司、团队和产品充满信心和忠诚，并且将此信心和忠诚感染和灌输给每一位同事，强化自身的工作纪律和风气，时刻将公司的利益放在首位，努力建立优质品牌的良好口碑，全力配合公司的政策方针与制度。

一、竞品的信息收集和分析

目前市场上有四特酒、酒中XX、XX大曲、XX云边、X凤、XXX干等白酒。其中四特酒在整个市场销售量排名第一，其次是酒中XX。

竞品现在极力在推荐谢师宴的套餐以及散客消费的活动。

1、谢师宴套餐：白酒按商场零售价格另加送红酒、雪碧、鲜橙多各一瓶。

2、散客消费：喝指定的白酒赠送相应的礼品。

XX酒的酒席套餐给与酒店少部分的利润，而酒中酒霸暂时却没有这样的方案。

二、市场销售情况

目前我们的产品刚进入市场，相对于竞品，我们的产品是出于消极状态。但消费者对我们古井贡酒的认知度和信任度还是蛮高的。有一部分消费者会尝试我们的古井贡酒，也有某些单位领导是我们古井贡酒的忠实消费者。

三、问题与建议

我们古井贡酒虽然是老八大名酒，但江西市场上还是算新品。一个新的品牌进入市场，想让消费者接受，这需要一个过程。在这过程中，不仅是需要产品的质量，口感;而更是需要更多的促销力度，宣传广告和不断改变的营销模式和销售技巧。

四、今后的工作思路和目标

继续自我增值、不断扩充知识面，尤其是产品知识。努力开拓新的网点，维护好已存在的客户。根据市场的行情，思考相应的促销方案。极力做好公司领导交办的每一件事。把这份工作当成自己的事业来做，努力，在努力。。。。流汗怕什么，太阳晒又有什么关系呢?关键是在不久的将来我相信付出总会有回报的，我也相信我会做的很好，我更相信古井贡酒终有一天会在这个市场做老大的。

白酒销售员工作总结范文

我是20XX年11月底进入公司，很珍视公司领导给予的机会，通过一个月来的努力，主要做了以下六个方面的工作

一、培训方面

XX年年11月27日——XX年年12月2日公司领导亲自主持培训，为检验培训成果，XX年年12月3日我们举行了培训后的结业考试，监考非常严格，好在我平时一贯努力学习得以顺利通过。公司领导精湛的营销知识、鲜活的营销案例、异常成熟的营销经验、丰富的营销阅历，无不在我记忆深处打下了很深的烙印，安排的培训时间也非常合理：上午营销知识学习，下午自己在家消化上午所讲营销知识。经过一周的培训学习，认真记录上课笔记，仔细阅读培训资料，通盘考虑消化营销知识，在我的面前呈现出了鲜明的营销大道，彻底廓清了我眼前的营销迷雾，给了我豁然开朗的感觉，原来营销是可以这样做的!我以前对营销应该说是一知半解，现在经过公司领导的超强度短期培训，对营销有了一定的认知，对所培训的知识(公司的概况、公司人力资源制度、五粮液股份公司情况、XXX江南古坊酒、3+2+3组合式营销模式等)有了深刻的认识。同时我也知道了结合我从事的人力资源工作，我以后的培训也要这样做，这就是我以后培训的样板与典范，值得我不断的反复学习!

二、人力资源管理方面

根据公司领导安排我对公司人力资源制度进行了简单创新：

1、在《员工入职登记表》、《员工招聘与录用》、《绩效管理与kpi绩效考核》;

2、准备《考勤表》，整理员工档案并录入电脑;

3、酝酿人力资源管理制度;

4、推荐并录用公司平面设计兼职人员苏凤。

三、办公室及后勤保障方面

1、根据公司领导指示，经过仔细比较、反复权衡，安装铁通电话一部(号码：69990998)与宽带(费用：上网不限时一年660元含赠送的宽带猫、安博士杀毒软件)。交300元订金预订800(400)，7100XXX免费电话。

2、XX大厦物业管理，交电费、取邮件、咨询电话宽带安装事宜等。

3、协助XX经理做好办公室方面的工作。

4、确保电脑、打印复印一体机正常运行，重做操作系统、安装驱动程序。

4、为外出跑业务的市场拓展部各位经理搞好后勤保障(协助王经理复印、传真、电话、文档输入电脑等)。

5、与王经理分工合作，往XXX、XX地区和XXXX区打招商电话。

四、例会方面

1、基本上每周末，公司领导亲自主持会议，听取员工汇报工作，点评员工工作中的问题，褒扬先进、鼓励后进，对下周的工作作出规划。每次例会我都认真记录，不怕贻笑大方之家积极发言，收获很大。

2、例会给我的印象是：参加一次有一次的提高。尤其是我在营销上还是个新丁，对酒水营销还很欠缺，对很多营销实际操作还限于了解阶段，公司领导的意见很中肯，也确实有利于以后的营销工作;在我陷入营销困境中的时候，公司领导的点拨，给了我“山穷水尽已无路，柳暗花明又一村”的新感觉。

五、XX六县区酒水市场情况

1、认识到自己在酒水营销上的很多不足，希望能够通过实际跑市场得以锻炼，积极向公司领导争取调研XX六县区酒水市场情况的任务。

2、不怕出差辛苦，经过一周多时间的集中搜集酒水商资料，对XXXX区酒水市场情况有了一个初步了解。

3、搜集的酒水商资料：XX29家、XX市26家、XX市35家、XX县41家、X县30家、X县37家(对原来的资料进行补充)。

六、回访XX六县区酒水商情况

1、有专门做一个品牌白酒的，如今世缘、洋河蓝色经典、汤沟珍宝坊等，就不考虑接其他品牌白酒了。

2、基本上做酒的手上都有2—4个品牌。

3、对我们的3+2+3组合式营销模式很感兴趣，认为很先进，也一定有所作为。

4、有实力的酒水商(有成熟的营销网络、有资金、有多部车送货)不多，基本上每个市场不到10家。

5、由于靠近年终岁尾，绝大部分在开订货会，积极备战黄金销售季节——春节的来临。

6、酒水商接品牌都很小心谨慎，都想少进货少交履约保证金。有的竟然提出了先少进一批货试销;有人说可以先在他那里摆一部分货展销;还有人提出在我这设办事处，等市场成熟了我再做。

7、大部分都要求留下招商资料，再考虑考虑。

白酒销售员工作总结

20xx年以来，我作为酒厂业务部经理，负责XX地区各种酒类的销售工作。在这一年中，我珍惜这份工作，在工作中认真负责，在竞争中成才，不折不扣做好销售工作，在金融危机酒类销售不畅的情况下，咬紧牙关，坚定信心、追求卓越、赶超一流，解放思想，竞争进取，立足更高的起点，坚持更高标准，实现更快的发展，再创酒类销售新辉煌。取得了可喜的成绩。下面，就一年来工作述职如下：

一、开展了“零风险”服务

自XX酒类承诺“零风险”以来，我对消费者零风险服务进行了认真调查研究，认为要通过XX酒类零缺陷产品、精巧细腻的市场细分服务消费者，消费者购买的每一瓶酒类，都印有800全国免费服务电话，通过沟通，拉近了消费者和青啤之间的距离，进一步强化了XX啤零缺陷的品质。我通过专业化的服务，及时帮助XX加速走货，从商品陈列到货柜展示，再到无处不在的POP招贴提示，业务代表一路跟踪，使得每个终端成为完美终端，个个作成为样板工程，XX啤卖的不仅是商品，更重要的是专业化服务，并带来的丰厚回报。据统计，年内销售额达到了XX元。

二、拓宽了市场

在年初以前，XX市场上XXX酒类占市场达90%以上。而XX酒类较我们的酒类落后许多，对于竞争，我们采取了提高服务质量的办法，大做销售广告，在当地多家媒体做广告，收到了明显的效果。结果使XX地老百姓对XX酒类家喻户，人人皆知。同时我们大力在农村促销酒类。在促销中，采取赠品与奖励办法，对农民具有强大的吸引力。如针对部分农民急需农机却缺少资金的情况，在开盖有奖活动中，把一等奖设为农用三轮车，而不是彩电、冰箱、空调之类的高档电器，并对获奖者进行大力宣传，使农民们怀着获得一辆三轮车的梦想，在消费时认准了这一品牌;针对许多农民与亲朋好友在一起，酒后喜欢打扑克的特点，把赠品定为设计精美、市场上买不到的特制广告扑克，非常受农民朋友欢迎，从而销量随之大增。

三、总结

总之，一年来，我在销售中做了大量工作，但也存在一些不足，主要是宣传的力度还不够大，宣传导资金欠缺。不过，隋着销售业绩的大好，在明年XX酒类的销售中，我们会做得更好。

酒销售总结相关

**白酒销售单日工作总结23**

市场营销部是负责对外处理公共关系和销售业务的职能部门，是酒店提高声誉，树立良好公众形象的一个重要窗口，它对总经理室进行经营决策，制订营销方案起到参谋和助手的作用，它对酒店疏通营销渠道，开拓市场，提高经济效益和社会效益起到重要促进作用。

针对营销部的工作职能，我们制订了市场营销部\_\_年工作思路，现在向大家作一个汇报：

一、建立酒店营销公关通讯联络网

今年重点工作之一建立完善的客户档案，对宾客按签单重点客户，会议接待客户，有发展潜力的客户等进行分类建档，详细记录客户的所在单位，联系人姓名，地址，全年消费金额及给该单位的折扣等，建立与保持同政府机关团体，各企事业单位，商人知名人士，企业家等重要客户的业务联系，为了巩固老客户和发展新客户，除了日常定期和不定期对客户进行销售访问外，在年终岁末或重大节假日及客户的生日，通过电话、发送信息等平台为客户送去我们的祝福。今年计划在适当时期召开次大型客户答谢联络会，以加强与客户的感情交流，听取客户意见。

二、开拓创新，建立灵活的激励营销机制

开拓市场，争取客源

今年营销部将配合酒店整体新的营销体制，重新制订完善\_\_年市场营销部销售任务计划及业绩考核管理实施细则，提高营销代表的工资待遇，激发、调动营销人员的积极性。营销代表实行工作日记志，每工作日必须完成拜访两户新客户，三户老客户，四个联络电话的二、三、四工作步骤，以月度营销任务完成情况及工作日记志综合考核营销代表。督促营销代表，通过各种方式争取团体和散客客户，稳定老客户，发展新客户，并在拜访中及时了解收集宾客意见及建议，反馈给有关部门及总经理室。

三、热情接待，服务周到

接待团体、会议、客户，要做到全程跟踪服务，“全天侯”服务，注意服务形象和仪表，热情周到，针对各类宾客进行特殊和有针对性服务，限度满足宾客的精神和物质需求。制作会务活动调查表，向客户征求意见，了解客户的需求，及时调整营销方案。

四、做好市场调查及促销活动策划

经常组织部门有关人员收集，了解旅游业，宾馆，酒店及其相应行业的信息，掌握其经营管理和接待服务动向，为酒店总经理室提供全面，真实，及时的信息，以便制定营销决策和灵活的推销方案。

五、密切合作，主动协调

与酒店其他部门接好业务结合工作，密切配合，根据宾客的需求，主动与酒店其他部门密切联系，互相配合，充分发挥酒店整体营销活力，创造效益。

加强与有关宣传新闻媒介等单位的关系，充分利多种广告形式推荐酒店，宣传酒店，努力提高酒店知名度，争取这些公众单位对酒店工作的支持和合作。

20\_\_年，营销部将在酒店领导的正确领导下，努力完成全年销售任务，开拓创新，团结拼搏，创造营销部的新形象、新境界。

**白酒销售单日工作总结24**

1、定时上下班，事情中笃守部门的各项规章制度；

2、营业前开出酒水领料单，备足、备好酒水、饮料、卷烟、酒单、冰桶、火柴、餐巾纸、牙签、打包袋等发卖用品、用具并检查其质量，包管水吧的需要；搞好吧台、冰箱、酒柜的卫生，擦净服务用品和展示品等；

3、开餐时，熟记酒水规格、特点、价格，根据食堂服务员开具的客人点酒单，及时、准确地为客人供给酒水，并做到及时补足吧台内的各种酒水、饮料，包管客人消费的需求，供给优质服务；

4、负责酒水的日常管理，开餐后做好各种酒水、烟类等的发卖核对事情；营业结束后，做好各种酒水烟类的盘点、核对事情（盘点时按以下算式结算当日发卖量：当日发卖量=当日营业前贮存量+当日领料量—当日营业后存货），包管其账物相符、清楚准确；严禁随意加减酒水、卷烟，控制好酒水、饮料等的成本与管理；

5、下班前，做好各项交代事情；

6、完成上级交给的其他任务。

**白酒销售单日工作总结25**

时间依然遵循其亘古不变的规律延续着，又一个年头成为历史，依然如过去的诸多年一样，已成为历史的xx年，同样有着许多美好的回忆和诸多的感慨。xx年对于白酒界来讲是个多事之秋，虽然xx年的全球性金融危机的影响在逐渐减弱，但整体经济的回暖尚需一段时间的过度。国家对白酒消费税的调整，也在业界引起了一段时间的动，紧接着又是全国性的严打和地方性的禁酒令，对于白酒界来说更是雪上加霜。在这样坎坷的xx年里，我们蹒跚着一路走来，其中的喜悦和忧伤、和无奈、困惑和感动，真的是无限感慨----

一、负责区域的销售业绩回顾与分析

一）、业绩回顾

1、整年度总现金回款110多万，超额完成公司规定的任务；

2、成功开发了四个新客户；

3、奠定了公司在鲁西南，以济宁为中心的重点区域市场的运作的基础工作；

二）、业绩分析

4、虽然完成了公司规定的现金回款的任务，但距我自己制定的200万的目标，相差甚远。主要原因有：

5、上半年的重点市场定位不明确不坚定，首先定位于平邑，但由于平邑市场的特殊性（地方保护）和后来经销商的重心转移向啤酒，最终改变了我的初衷。其次看好了泗水市场，虽然市场环境很好，但经销商配合度太差，又无奈放弃。直至后来选择了金乡“天元副食”，已近年底了！

b、新客户拓展速度太慢，且客户质量差（大都小是客户、实力小）；

c、公司服务滞后，特别是发货，这样不但影响了市场，同时也影响了经销商的销售信心；

6、新客户开放面，虽然落实了4个新客户，但离我本人制定的6个的目标还差两个，且这4个客户中有3个是小客户，销量也很差。这主要在于我本人主观上造成的，为了回款而不太注重客户质量。俗话说“选择比努力重要”，经销商的“实力、网络、配送能力、配合度、投入意识”等，直接决定了市场运作的质量。

7、我公司在山东已运作了整整xx年，这xx年来的失误就在于没有做到“重点抓、抓重点”，所以吸取前几年的经验教训，今年我个人也把寻找重点市场纳入了我的常规工作之中，最终于xx年xx月份决定以金乡为核心运作济宁市场，通过两个月的市场运作也摸索了一部分经验，为明年的运作奠定了基础。

二、个人的成长和不足

在公司领导和各位同事关心和支持下，xx年我个人无论是在业务拓展、组织协调、管理等各方面都有了一定程度的提升，同时也存在着许多不足之处。

8、心态的自我调整能力增强了；

9、学习能力、对市场的预见性和控制力能力增强了；

10、处理应急问题、对他人的心理状态的把握能力增强了；

11、对整体市场认识的高度有待提升；

三、工作中的失误和不足

12、平邑市场

虽然地方保护严重些，但我们通过关系的协调，再加上市场运作上低调些，还是有一定市场的，况且通过一段时间的市场证明，经销商开发的特曲还是非常迎合农村市场消费的。在淡季来临前，由于我没有能够同经销商做好有效沟通，再加上服务不到位，最终经销商把精力大都偏向到啤酒上了。更为失误的就是，代理商又接了一款白酒——沂蒙老乡，而且厂家支持力度挺大的，对我们更是淡化了。

13、泗水市场

虽然经销商的人品有问题，但市场环境确实很好的（无地方强势品牌，无地方保护----）且十里酒巷xx年多的酒店运作，在市场上也有一定的积极因素，后来又拓展了流通市场，并且市场反应很好。失误之处在于没有提前在费用上压住经销商，以至后来管控失衡，最终导致合作失败，功亏一篑。关键在于我个人的手腕不够硬，对事情的预见性不足，反映不够快。

14、滕州市场

滕州的市场基础还是很好的，只是经销商投入意识和公司管理太差，以致我们人撤走后，市场严重下滑。这个市场我的失误有几点：

一）、没有能够引导经销商按照我们的思路自己运作市场，对厂家过于依赖；

**白酒销售单日工作总结26**

根据公司年初的统一要求完善了各类销售数据管理工作，建立了经销商拉货台帐及经销商销售统计表，并及时报送销售周报表、销售月报表和每月要货计划，各类销售数据档案都采用纸质和电子版两种形式保存。对\_\_年的销售情况按照经销商、各个单品分别进行汇总分析，使得的每月的要货计划更加客观、准确。在每月月底对本月及累计的销售情况分别从经销商、单品、产品结构等几个方面进行汇总分析，以便于更加准确客观地反映市场情况，指导以后的销售工作。

转眼间上半年已经过去，新的挑战又在眼前。在上半年里，有压力也有挑战。年初的时候，白酒销售市场还没有完全复苏，那时的压力其实挺大的。客户有着重重顾虑，媒体有各种不利宣传，我却坚信--市的白酒稳定性和升值潜力。在实践工作中，我又对销售有了新的体验，在此我总结几点与大家分享：

(一)不做作，以诚相待，客户分辩的出真心假意。得到客户信任，客户听你的，反之，你所说的一切，都将起到反效果。

(二)了解客户需求。第一时间了解客户所需要的，做针对性讲解，否则，所说的一切都是白费时间。

(三)推荐白酒要有把握，了解所有的房子，包括它的优劣势，做到对客户的所有问题都有合理解释，但对于明显硬伤，则不要强词夺理，任何东西没有完美的，要使客户了解，如果你看到了完美的，那必定存在谎言。

(四)保持客户关系，每个客户都有各种人脉，只要保证他们对项目的喜爱，他们会将喜爱传递，资源无穷无尽。

(五)确定自己的身份，我们不是在卖白酒，而是顾问，以我们的专业来帮助客户。多与客户讲讲专业知识，中立的评价其它楼盘，都可以增加客户的信任度。

(六)团结、协作，好的团队所必需的。

自己也还存在一些需要改进之处：

一、有时缺乏耐心，对于一些问题较多或说话比较冲的客户往往会针锋相对。其实，对于这种客户可能采用迂回、或以柔克刚的方式更加有效，所以，今后要收敛脾气，增加耐心，使客户感觉更加贴心，才会有更多信任。

二、对客户关切不够。有一些客户，需要销售人员的时时关切，否则，他们有问题可能不会找你询问，而是自己去找别人打听或自己瞎琢磨，这样，我们就会对他的成交丧失主动权。所以，以后我要加强与客户的联络，时时关切，通过询问引出他们心中的问题，再委婉解决，这样不但可以掌握先机，操控全局，而且还可以增加与客户之间的感情，增加客带的机率。

现今我已来工作半年多了，在上半年的工作中，本人的销售白酒---，总销额为--千万。在今后的工作中，我要更加完善自己，提升自己，增加各方面的知识和对青岛各个地区的了解，不但要做好这个项目，更要跟着公司一起转战南北，开拓新的战场。在此，我非常感谢领导给我的这次锻炼机会，我也会更加努力的去工作，去学习，交出自己满意的成绩单。

转眼间，xx年已将过去，我现在已是xx酒业的正式员工。回首近一年来的工作，我已逐渐融入到这个大集体之中。自xx年x月份开始在办事处实习，x月份在总厂培训，至x月份分配到xx县部工作，这段时间内我一直履行业务职责和义务，并在办事处领导带领下积极开展各项业务工作，现根椐近一年来的工作实践、经验和教训，秉承实事求是的原则，回顾这段时间的工作历程：

首先要感谢办事处领导对我个人工作能力的信任，在总厂分配销售人员去往各大办事处时将我留在xx办继续担任业务工作，并分配到xx县部担任驻xx业务员，这使我对在xx实习期间的工作表现给予充分的肯定，让我在日后的整个工作过程中深感欣慰、倍受鼓舞，更让我充满更多的工作热情和工作动力。我将铭记这份知遇之情，并将融入我的工作历程之中，我更会努力奋斗以更好的业务成绩来回报办事处领导的信任。

再次是感谢xx部经理在工作上对我的教导，以及在生活上的照顾。在工作上遇到困难的时候，经理会主动与我进行良好恰当的沟通，纠正我的工作思路和工作想法，以使我的业务工作能更顺利的开展。当我们针对某些事情的处理想法上执不同看法时，他也很少以领导者身份自居将事情直接强制执行，而是通过讲道理并联系工作实际案例让我从中明白原由，从而使我放弃固执的想法，让我减少了许多的工作弯路和工作细节失误。在生活上，部门经理主动帮我联系住房，联系取暖用的火炉子，由于xx气候较冷风又大，xx经理也经常打电话叮嘱我注意生火安全，这些都对我今后的工作和生活给予很大的帮助。

1、工作敬业表现、素质修养逐渐提高

第一次接触什么是爱岗敬业，什么是

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！